



PROGRAMA ACADÉMICO DE LA ACTIVIDAD OPTATIVA

Ciclo Lectivo 2024

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD OPTATIVA

"GESTIÓN Y ESTRATEGIAS DE MARKETING EN ODONTOLOGÍA"

Docente a cargo: Prof. Od. Esp. Germán Stropa.

RESUMEN DE LA PROPUESTA

La asignatura "Gestión y estrategias de marketing en Odontología" busca proporcionar a los/as estudiantes, conocimientos teóricos y prácticos en administración y marketing aplicados específicamente al entorno odontológico.

La asignatura abordará la gestión administrativa, las estrategias de marketing sanitario y la administración financiera, con el fin de optimizar los recursos y las ganancias de la práctica profesional.

Los/as estudiantes serán capacitados/as para comprender y aplicar conceptos de productividad profesional y gestión financiera eficaz.

FUNDAMENTACIÓN

En un contexto competitivo y en constante evolución como es el de la Odontología, resulta fundamental que los/as profesionales no solo posean habilidades clínicas, sino también competencias en administración y marketing. Una gestión administrativa eficiente y el uso estratégico de herramientas de marketing pueden mejorar significativamente la rentabilidad y la satisfacción del/a paciente también.

La asignatura desarrollará un marco teórico desde la administración, explorando variables contextuales a través de modelos. Además, se incorporarán prácticas de gestión para facilitar la implementación de acciones que optimicen los resultados en la práctica profesional clínica.

Se enfatizará en la importancia de una gestión financiera eficaz y se promoverá la internalización de conceptos clave de productividad profesional.

PROPÓSITOS

- Desarrollar el marco teórico de la administración.
- Incorporar la gestión administrativa y las herramientas estratégicas que aporta el marketing sanitario, favoreciendo el desarrollo de las acciones necesarias para optimizar resultados de la práctica odontológica.
- Concientizar sobre la importancia de una eficaz gestión financiera.
- Realizar una aproximación a internalizar conceptos de productividad profesional.

OBJETIVOS

Objetivo general.

Comprender los principios y prácticas de administración y marketing aplicados a la gestión de consultorios odontológicos, con el fin de optimizar su rendimiento, eficiencia y competitividad en el mercado.

Objetivos específicos.

- Comprender y aplicar los modelos teóricos pertinentes a la administración de la práctica odontológica profesional.
- Identificar y analizar las variables contextuales que afectan la gestión administrativa en el ámbito odontológico.
- Aplicar prácticas de gestión administrativa que favorezcan el desarrollo de acciones necesarias para optimizar los resultados de la práctica profesional.
- Utilizar herramientas estratégicas de marketing sanitario para mejorar la visibilidad, captación y fidelización de pacientes.

- Internalizar conceptos clave de administración financiera para asegurar la sostenibilidad económica del ejercicio profesional.
- Realizar análisis financieros que permitan tomar decisiones informadas sobre costos, precios y estrategias de intervención.
- Aplicar conceptos de productividad profesional para mejorar la eficacia en el ejercicio de la profesión.
- Implementar estrategias para la optimización del tiempo y recursos en la práctica clínica odontológica.

CONTENIDOS

Unidad I: Administración y gestión administrativa en Odontología.

Subunidad I: Introducción a la administración.

- ¿Qué es administrar? Teoría, ciencia y práctica.
- Previsión y planeamiento: Objetivos, estrategias, políticas y premisas del planeamiento.
- Organización: Administración, selección e Integración de recursos humanos.
- Dirección: Toma de decisiones. Motivación y liderazgo.
- Control: Proceso básico de control.

Subunidad II: Gestión administrativa odontológica.

- El consultorio dental como empresa, el/la profesional como gerente.
- ¿Cómo aplicar gerencia, administración y marketing en Odontología?
- Pautas para el manejo de la información en consultorio odontológico.
- ¿Qué variables se deben conocer y monitorear en el ejercicio profesional como dueño/a o como empleado/a de centros dentales?
- Estrategias para tomar decisiones inteligentes.

Subunidad III: Análisis y administración financiera.

- Conceptos básicos de administración financiera.
- Análisis de costos asociados a la práctica odontológica.

- Determinación de honorarios profesionales por el método de costos, demanda y competencia.

Unidad II: Marketing odontológico.

Subunidad IV: Marketing estratégico.

- Plan de marketing.
- Estudios de mercado: Análisis de la oferta (contexto y competencia), análisis de la demanda (gustos y preferencias del/a paciente-consumidor/a) y tendencias del mercado (creadores/as vs. seguidores/as).

Subunidad V: Marketing operacional.

- Gestión de la comunicación interna (personal auxiliar y administrativo) y externa (público objetivo).
- Marketing relacional: De la transacción a la relación con nuestros/as consumidores/pacientes.
- Marketing odontológico digital: Aproximación al e-commerce, webs, newsletter (folletos digitales), buscadores e internet 2.0.

METODOLOGÍA DE TRABAJO

Modalidad de clases.

La asignatura optativa “Gestión y estrategias de marketing en Odontología” se desarrollará en modalidad híbrida, combinando clases virtuales y presenciales.

Clases virtuales:

Las clases teóricas se desarrollarán a través de la plataforma Google Meet, promoviendo la participación activa de los/as estudiantes mediante discusiones y actividades interactivas.

Clases presenciales:

Se llevarán a cabo encuentros presenciales en los que se desarrollarán talleres prácticos de aplicación de los conceptos teóricos, fomentando el trabajo en equipo y la colaboración entre estudiantes.

Modalidad de evaluación.

La evaluación de la asignatura optativa se basará en un trabajo grupal de 5 estudiantes integrantes. Se deberá desarrollar una estructura de costos para 5 prestaciones odontológicas diferentes.

Objetivo del trabajo:

Aplicar los conocimientos adquiridos para analizar y estructurar los costos asociados a diferentes servicios odontológicos.

Desarrollo del trabajo:

- Selección de 5 prestaciones odontológicas frecuentes.
- Desglose detallado de los costos directos e indirectos asociados a cada prestación, incluyendo materiales, honorarios, tiempo empleado y costos operativos.
- Análisis del punto de equilibrio de cada prestación.
- Propuesta de honorarios profesionales basados en los costos, demanda del mercado y competencia.

Formato de entrega:

- El trabajo debe ser presentado en formato escrito, con estructura clara y académica.
- Deben incluirse gráficos, tablas y anexos que faciliten la comprensión del análisis de costos.
- La presentación del trabajo se realizará ante el resto de cursantes, con soporte audiovisual, permitiendo una discusión y retroalimentación entre pares y docentes.

Criterios de evaluación:

- Claridad y precisión del análisis de costos.

- Capacidad para justificar y argumentar las decisiones tomadas en la estructura de costos y determinación de honorarios.
- Trabajo en equipo y colaboración efectiva entre integrantes del equipo.

Análisis y calificación de la asignatura.

Al finalizar el periodo de clases, los/as estudiantes podrán evaluar la importancia de los contenidos y la efectividad de las dinámicas implementadas en el desarrollo de la asignatura a través de una encuesta de evaluación y retroalimentación (con una escala de valoración de 1 a 10, siendo 10, el puntaje más alto), con un espacio abierto para aportar ideas, sugerencias o modificaciones si lo consideran pertinente.

Esta evaluación se receptará a través de Formularios de Google.

A partir de esta información, se identifican fortalezas y oportunidades de mejora a fin de ajustar el enfoque en futuras ediciones.

Aspectos a evaluar:

- Contenidos: Pertinencia de los temas abordados. Profundidad y claridad de la información brindada.
- Presentación de clases: Claridad en la comunicación y explicación. Uso de ejemplos. Organización de la clase.
- Dinámicas y metodología: Metodologías empleadas (presentaciones, casos prácticos, etc.). Uso de recursos visuales.

ASPECTOS	CARACTERÍSTICAS	PUNTUACIÓN (Escala de 1 a 10, siendo 10, la puntuación más alta)
1. Contenidos	a. Pertinencia de los temas abordados.	
	b. Profundidad y claridad de la información brindada.	
2. Presentación de las clases	a. Claridad en la comunicación y la explicación.	
	b. Uso de ejemplos.	
	c. Organización de la clase.	
3. Dinámicas y metodologías	a. Metodologías empleadas (presentaciones, casos prácticos, etc).	
	b. Uso de recursos visuales.	

Aprobación de la asignatura optativa:

Los requisitos a cumplir por parte de los/as estudiantes para aprobar esta propuesta optativa serán:

- Cumplimentar con la asistencia a clases sincrónicas y presenciales al menos en un 90%. Sólo se podrá ausentar una clase.
- Entrega en tiempo y forma de la estructura de costos propuesta como evaluación.
- Entrega en tiempo y forma de la evaluación del proceso de enseñanza de esta materia optativa (análisis y calificación de la asignatura optativa).

Los/as estudiantes que cumplimenten estos requisitos al finalizar el cursado de la asignatura, obtendrán el carácter de “Promovido/as”.

OTRAS CONSIDERACIONES

Días y horarios propuestos para las actividades académicas.

- Actividades virtuales sincrónicas: Martes de 18:30 a 20:30 hs.
- Actividades presenciales: Martes de 17:00 hs a 19:00 hs.

Dictado y duración de la actividad optativa.

- Fecha de inicio de cursado: Martes 13 de Agosto de 2024.
- Fecha de culminación de cursado: Martes 29 de Octubre.
- Duración total de la asignatura optativa (en horas): 25hs (veinticinco horas) totales.

El cursado se extenderá a lo largo de 3 (tres) meses, con una frecuencia de 1 (una) clase virtual por semana (alternadas con instancias presenciales) durante un total de 12 (doce) semanas.